



II ENCONTRO NACIONAL DOS MUSEUS DO VINHO

Museu do Vinho de Alcobaça: património, economia e desenvolvimento

Alberto Guerreiro | Museólogo – Município de Alcobaça | Investigador do CIDHEUS – Universidade de Évora

Museu do Douro

Peso da Régua: 11 de Novembro 2016

Herança

- A ideia da criação de um Museu Nacional do Vinho em Portugal nasce no seio do instituto corporativo da Junta Nacional do Vinho, sendo intensamente propagandeada através do periódico *Informação Vinícola* no curso dos anos de 1939-40.
- Provavelmente, esta vontade que anima os técnicos e agrónomos portugueses tem a sua raiz inspiradora no V Congresso Internacional da Vinha e do Vinho (1938) que, nas resoluções aprovadas, define como prioridades dos países de tradição vitivinícola a criação de rotas do vinho e de museus do vinho, alertando não só para a conservação da memória histórica e das identidades regionais, como para o impacto económico e social do turismo.



Herança

- Os serviços da Junta Nacional do Vinho prontificam-se, de imediato, a organizar uma campanha de sensibilização para a oferta de todo o material susceptível de integrar as colecções museológicas, assim como assegurar a respectiva recolha e selecção dos materiais.
- Vinca-se o carácter nacional do acervo, em que devem estar representadas com equidade as regiões vinhateiras, enunciando-se os núcleos temáticos do espólio museológico, dando primazia a um modelo centrado na indústria e na tecnologia elucidando as diversas fases do trabalho da vinha e respectiva cadeia operatória de produção, não descurando a componente folclórica e artística.
- O contexto recessivo do pós-guerra volta a fazer adormecer a ideia do museu. A ideia é contudo revitalizada com as Jornadas Vitivinícolas de 1962. Sebastião Pessanha, na qualidade de conferencista, relembra que, enquanto em Portugal se marca passo, novos museus do vinho têm sido criados na Europa e que a riqueza do acervo cultural do vinho em território nacional não pode ser desprezada (Pessanha, 1963).

Herança

- A concretização do projecto do museu, tido por muitos já como uma utopia, deve-se ao Engenheiro Técnico Agrário Manuel Augusto Paixão Marques que, no ano de 1963, tinha vindo trabalhar para a delegação de Leiria da Junta Nacional do Vinho. Através deste instituto o intervencionismo e o protecção estatal abraçam a lavoura vinhateira regularizando mercados e preços pela aquisição de stocks vinários consideráveis..
- Em 1968, em função de reestruturação dos espaços de armazenamento, as instalações de Alcobaça concentram alfaias e demais materiais vinários provenientes de outras regiões
- É neste contexto que a vontade colecionista e de preservação patrimonial demonstrada por Paixão Marques conduz à instalação, de facto, do Museu Nacional do Vinho em Alcobaça.



Herança

- Com a passagem, em 1976, da Adega Cooperativa para novas instalações e correspondente desactivação das adegas e dos depósitos opera-se a organização dos espaços museológicos. A abertura ao público verifica-se em 1983, mas só com a extinção da Junta Nacional do Vinho e a criação, em 1986, do Instituto da Vinha e do Vinho (no contexto da adesão de Portugal à CEE) é que o Museu é oficialmente inaugurado.



Herança





ENQUADRAMENTO ACTUAL

TIPOLOGIA: MUSEU TEMÁTICO = CULTURA DO VINHO

TUTELA: MUNICÍPIO DE ALCOBAÇA

Contrato de cedência com
DGTF - DIRECÇÃO GERAL DO TESOURO E
FINANÇAS (Imóvel)
IVV - INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO
(Colecção Museológica).

PARCERIA INSTITUCIONAL E TÉCNICA
AMPV – RMPV [Coordenação]

PARCERIA ESTRATÉGICO-ADMINISTRATIVA
ADEGA COOPERATIVA DE ALCOBAÇA
(Modelo Privado)

PARCERIA ESTRATÉGICO-ECONÓMICA
COOP - COOPERATIVA AGRÍCOLA DE
ALCOBAÇA

MODELO DE GESTÃO PÚBLICO e PRIVADO
CMA - MUNICÍPIO DE ALCOBAÇA
(DIRECÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA)
ACA - ADEGA COOPERATIVA DE ALCOBAÇA
(ADMINISTRAÇÃO TÉCNICO-FINANCEIRA)



MATRIZ: ARQUITECTURA MUSEOLÓGICA INTEGRADA

Conjunto arquitectónico com uma área total de implantação de 11.512M2, composto por 6 seis zonas funcionais (Adega dos Depósitos, Adega dos Balseiros, Armazém Novo - Casa da Caldeira, Anexos, Balões e Laboratório/Casa do Guarda).

O circuito museológico é composto por três zonas (Adega dos Depósitos, Adega dos Balseiros e Anexos, que por sua vez, integra os espaços da Taberna, da Abegoaria, da Tanoaria e da Casa da Malta).

Pretende-se privilegiar uma relação dinâmica entre os contentores museológicos (arquitectura dos edifícios) e os conteúdos (espólio e respectivas colecções), como forma de reutilização integrada das duas realidades, como postula a museologia industrial.

Valorização do património integrado in situ, sobretudo nos edifícios e arquitecturas onde essa relação se constitui como evidência notável, quer pela qualidade museológica que evoca ou pela excelência monumental dos espaços (Adega dos Balseiros, Destilaria, Adega do século XIX e XX, Depósito da JNV/ tipo Abel Pereira da Fonseca).

Deste modo, renova-se o conceito da interacção entre espaços originais e funções.

MUSEU DO VINHO DE ALCOBAÇA - ESBOÇO DAS ÁREAS FUNCIONAIS



ESCALA: 1/1000

Legenda:

	LIMITE DO MUSEU
	ÁREA PÚBLICA
	ÁREA CONDICIONADA
	ÁREA BOTÂNICA
	ÁREA MISTA
	ÁREA RESTRITA

- 1 – EXPOSIÇÃO DE REFERÊNCIA
- 2 – NÚCLEO DA FERMENTAÇÃO (CALDEIRA)
- 3 – NÚCLEO EXPOSITIVO
- 4 - ABEGOARIA
TANOARIA
CESTARIA
CASA DA MALTA
- 5 – TELHEIRO
- 6 – ADEGA DOS BALSEIROS
- 7 – ADEGA DOS TONEIS
- 8 - TABERNA
- 9 – UNIDADE DE PRODUÇÃO DA ADEGA COOPERATIVA
- 10- RESERVA VISITAVEL
- 11 – RESEVA TÉCNICA
- 12 – RESERVA ENOLOGICA
- 13 – RECEPÇÃO/LOJA (R/C)
LABORATORIO/CIÊNCIA VIVA (R/C)
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO
GABINETE TÉCNICO
- 14 - JARDIM VITICOLA



- **Colecção da Cultura do Vinho: da Indústria à Arte Popular**

O espólio do museu conta com um importante acervo com mais de 10.000 peças: enologia, etnologia, tecnologia tradicional, arqueologia industrial e as artes gráficas, plásticas ou decorativas (eruditas e popular).

O espólio reflecte ainda uma dimensão nacional, única no país, que reporta à memória da antiga Junta Nacional do Vinho e do actual Instituto do Vinho e da Vinha.

1- **Conservação, restauro, requalificação e refuncionalização arquitectónica do complexo edificado** (campanha de obras promovendo a resolução e/ou controlo de patologias; a recuperação da fachada e estruturas incorpóreas; adaptação de espaços para funcionalidades museológicas inexistentes, promover as acessibilidades motoras e a criação de áreas de apoio);

2 - **Reorganização da(s) colecções** (critério coerente de selecção de objectos – criação da dualidade exposto/ não-exposto);

3 - **Criação de reservas museológicas**, para o depósito moderno dos materiais seleccionados para não exposição permanente;

4 - **Apuramento museográfico** (comunicação plástica e conceptual, textual, gráfica, audiovisual, recurso às novas tecnologias numa base moderada);

5 - **Acerto museológico e de comunicação** (instauração de um discurso actualizado potenciador de uma maior e melhor participação por parte do(s) público(s)-alvo através da constituição de uma exposição de referência de abordagem sensitiva, interactiva e inteligível).

As acções de programação desenvolvidas terão como **elementos orientadores** a legislação dos museus em vigor (Lei-quadro de museus portugueses: Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto), o Código Deontológico do International Committee of Museums (ICOM), os Princípios de Dublin, para o património industrial (ICOMOS, 2011) e a Carta de Bruxelas Sobre o Papel do Património Cultural na Economia de 2009.



MISSÃO

incorporação, conservação, estudo, interpretação e divulgação do património nacional, regional e local, correspondente ao seu:

Campo temático (vitivinícola)

Campo disciplinar das colecções (etnografia, tecnologia tradicional, património industrial e arqueologia industrial, artes decorativas, artes gráficas, enologia);

Campo da memória arquitectónica (o conjunto edificado como primeiro testemunho museológico do período da Adega Raposo Magalhães [século XIX-XX]) e delegação da Junta Nacional do Vinho/Instituto da Vinha e do Vinho [século XX]).

Em segunda, terá como linha orientadora a dimensão territorial de inserção do museu, privilegiando uma programação orientada para os valores históricos e culturais locais, ganhando centralidade a preservação e divulgação da memória cisterciense (fundadora, agro-monacal) e pós-cisterciense (irradiadora, tecno-industrial).

Em terceira, a dinamização de práticas e saberes dedicados à documentação do desenvolvimento científico, tecnológico, económico, social e cultural da sociedade actual de modo a concretizar-se como um pólo de conhecimento sobre a realidade contemporânea e futura, nomeadamente, associado ao seu campo temático, disciplinar, património edificado e território de inserção.



FUNÇÕES MUSEOLÓGICAS

PROGRAMAÇÃO

INCORPORAÇÃO

CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E RESTAURO

DOCUMENTAÇÃO – INVENTARIAÇÃO – CATALOGAÇÃO

INVESTIGAÇÃO

INTERPRETAÇÃO

EXPOSIÇÃO

EDUCAÇÃO – MEDIAÇÃO SOCIAL

COMUNICAÇÃO E MARKETING

GESTÃO



PROGRAMA MUSEOLÓGICO





POTENCIAL REGENERATIVO

Definição estratégica das valências potenciais a considerar, numa perspectiva de humanização, revitalização e revalorização das colecções

Revalorização patrimonial de âmbito regional e nacional.

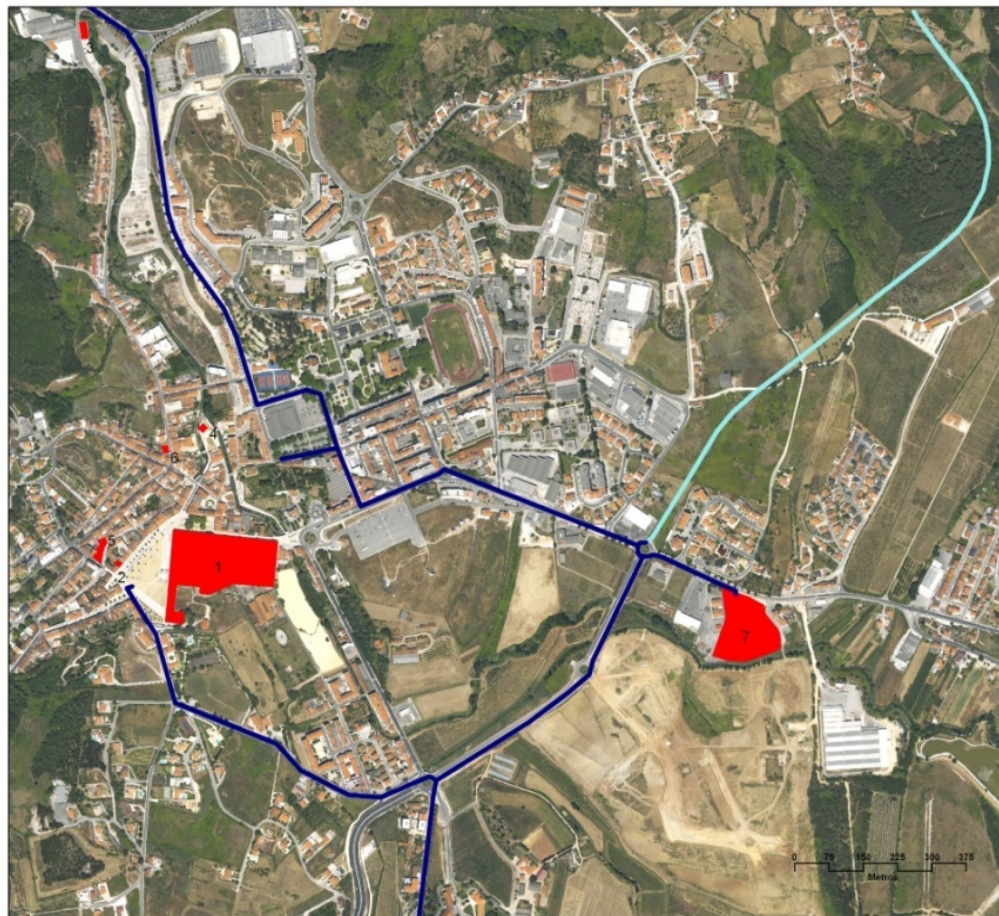
Potenciação do património cultural e da museologia com especial enfoque na valorização e dinamização da fruição turística especializada (enoturismo).

Integração em projectos mais abrangentes (compondo várias especificidades) de escala territorial, seja local ou regional, especialmente vocacionados para a revitalização do potencial agrícola (viticultura), do potencial histórico industrial ou da regeneração agro-industrial ou empresarial (vinícola e enológica);

regeneração da cidade cuja extensão da “mancha” arquitectónica do complexo do museu, dada a sua amplitude, importância e centralidade, liga naturalmente a iniciativas de reordenamento e requalificação urbanas.

Afirmação de um modelo de museologia dinâmico e não estático, que sirva o território alcobacense e a região oeste e que equacione as redes museais, incluindo as de museus do vinho.

REDE MUSEOLOGICA DE ALCOBAÇA - CIRCUITO URBANO

**Legenda:**

- PATRIMONIO / MUSEUS / COLECÇÕES
- CIRCUITO URBANO RODOVIÁRIO
- IC 9

- 1 - MOSTEIRO DE ALCOBAÇA E GALERIA DE EXPOSIÇÕES TEMPORÁRIAS
- 2 - CASA MUSEU VIEIRA NATIVIDADE
- 3 - ARMAZEM DAS ARTES
- 4 - CENTRAL ELECTRICA / ALIMENTICIA
- 5 - COLECÇÃO JORGE SAMPAIO
- 6 - MUSEU RAUL DA BERNARDA
- 7 - MUSEU DO VINHO



POTENCIAL COMPETITIVO

Três princípios basilares potenciadores da competitividade do projecto:

Inovação (proposta singular, única)

Qualidade (excelência patrimonial, técnica e científica)

Retorno (cultural, social e económico)





ECONOMIA CULTURAL

AUTO-SUSTENTABILIDADE DO PROJECTO CULTURAL

O programa tem como preocupação a centralidade dada à política de auto-sustentabilidade, prevendo linhas de rentabilização financeira que contribuam exclusivamente para a gestão autónoma do Museu do Vinho de Alcobaça:

Opção Estratégica 1 – Autonomia de programação e gestão: cativação das receitas do museu (entradas, loja, cedência de espaços, consultoria, funções técnicas)

Opção Estratégica 2 – Parcerias técnico-financeiras: agentes culturais e empresariais

Opção Estratégica 3 – Articulação institucional: projectos de financiamento e investimento público e privado, bem como a afirmação do museu no tecido patrimonial e contextos de referencia (*clustering and networking*)



ECONOMIA CULTURAL

AUTO-SUSTENTABILIDADE DO PROJECTO CULTURAL

Perspectiva Comercial: constituição de actividades comerciais inscritas no e fora do circuito museológico associadas à temática do museu que potencie, por um lado, o volume de receitas em função da sua substituição à tarifa de entrada (Ex: prova de vinhos, loja, restauração);

Perspectiva Empresarial: rentabilização da imagem do museu a partir do registado da sua marca constituída como um valor económico acrescentado, seja através do “direito do uso” da mesma, seja pela produção de elementos que a promovam.



DESENVOLVIMENTO

20

O programa do Museu do Vinho de Alcobaça, subentende como um vector de importância fulcral, enquanto factores de indução intangível e tangível (através de recursos, de bens e indústrias culturais) a noção de **desenvolvimento integrado** enquanto criador de bem-estar social, progresso cultural e prosperidade económica.

Parte do pressuposto que a o património e as indústrias criativas, bem para além da simples criatividade associada à gestão de ideias, gera condições internas e externas positivas que se estendem da **PATRIMONIALIZAÇÃO** da **MEMÓRIA** à promoção da noção de **ATRATIVIDADE** cultural

PRINCÍPIO DO DESENVOLVIMENTO INTEGRADO

Sabendo, à partida, que comporta consigo uma dinâmica de potenciação do valor acrescentado económico-social, de dimensão local, regional e nacional, importa elencar os contributos do Museu do Vinho para o desenvolvimento integrado:

Diversificação da oferta turística: pela excelência da herança patrimonial;

Reforço da competitividade turística, cultural e económica: móbil de atractividade e de criação de emprego;

Criação de complementaridades, racionalizando recursos e obtendo economias de escala: intercooperação entre os agentes e actores envolvidos, induzindo oportunidades de negócio para os diversos agentes económicos da cidade e da região;

Potenciação de uma cadeia de valor multifuncional para a valorização da oferta turística e cultural: envolvendo os actores locais gerando uma interdependência entre o Museu e a economia da cidade e da região;

Valorização do capital humano: acréscimo de qualificações e ganhos de competências na área patrimonial, cultural, educativa, criativa, turística e afins;

Afirmação do Museu como agente receptor e distribuidor de públicos: para outras áreas/ circuitos, (tendo como epicentro o agro-turismo e o eno-turismo: visitas a vinhas, adegas, quintas, lagares, pomares, etc.);

Promoção da ruralidade moderna (nova ruralidade): potenciar a atractividade, quer pela excelência das paisagens e da sua gestão sustentável, inserida numa lógica de redistribuição de públicos baseada no usufruto moderno dos espaços rurais como áreas de produção visitáveis (espaços verdes bucólicos e aprazíveis, belos e integrando populações conhecedoras e acolhedoras).

Funda-se, desde logo, na compreensão dos museus como parte essencial do cluster da cultura inseridos numa dinâmica de crescimento e desenvolvimento local.

Neste âmbito, é de referir a importância para as cidades e para as regiões, que é assumido hoje o posicionamento no terreno de novos museus ou da renovação/actualização de museus pré-existentes – uma vez constituídos como alternativas reais enquanto espaços de lazer, de entretenimento e de conhecimento – perante a dificuldade crescente de atracção dos fluxos turísticos, devido ao aumento de competitividade no sector (mais e melhores propostas e produtos culturais).

Perante um panorama actual de mudança dos modos de vida, gostos e interesses, cujo universo incorpora múltiplas ofertas potenciadoras de atrair audiências, o Museu do Vinho de Alcobaça apresenta-se como um dos equipamentos com maior potencial no seio da cidade e da região de catalisar a afluência de uma dimensão expressiva de públicos, endógenos e exógenos, num quadro de procura de nova propostas e produtos culturais singulares, através das suas características incorpóreas únicas, sem rival a nível regional ou nacional:



A realidade singular, perspectiva o Museu do Vinho de Alcobaça como um núcleo dinâmico de revitalização da cidade e da região enquanto reduto de influência renovadora patrimonial e cultural com repercussões naturalmente económicas para o concelho de Alcobaça, região Oeste, bem como numa perspectiva mais alargada, com incidência reprodutora, directa ou indirecta, que pode ir da zona centro de Portugal à Grande Área Metropolitana de Lisboa (Lisboa e Vale do Tejo) - **UPGRADE ECONÓMICO**:

+ **Income Financeiro** = Rentabilização Comercial dos Fluxos Turísticos Locais e Regionais (Oeste/Centro/LVT);

Potenciação de Novas Economias = Industrias Culturais, Criativas, Artísticas Locais e Regionais (Oeste/Centro/LVT);

Valorização de Antigas Economias = Mercantilização do Produto Tradicional Locais e Regionais (Oeste/Centro/LVT);

Estimulação do Empreendedorismo = Aumento do Emprego = + Riqueza Locais e Regionais (Oeste/Centro/LVT);

Renovação Comercial e Industrial = Novos Produtos Locais e Regionais (Oeste/Centro/LVT);

Aproveitamento dos Recursos Endógenos = Humanos e Económicos (Produção Local e Regional).

Como pólo de desenvolvimento, o Museu do Vinho de Alcobaça perspectiva-se ainda como um instrumento estimulador das raízes da comunidade alcobacense, seja pela valorização da história local, seja através da divulgação e promoção da produção regional de excelência, constituídas por essa via como as primeiras fundações do desenvolvimento sustentado da região.

Entre as condições necessárias à materialização da economia associado ao projecto cultural do museu, é de referir algumas acções imprescindíveis:

Promover um entendimento actualizado e directo dos valores histórico-culturais da região;

Imprimir o relacionamento regular e quotidiano com os meios de comunicação social (mass-média);

Desenvolver o envolvimento com a sociedade civil (ligação às “forças vivas”: agentes e actores culturais, sociais, económicos, locais, regionais e nacionais);

Fomentar a compreensão inter-geracional;

Apostar na juventude como recursos de fomento futuro;

Desenvolver os valores de cidadania e da democracia (política, económica, cultural, social, patrimonial e ambiental);

Colaborar com as instituições públicas nacionais e locais em iniciativas sociais, patrimoniais, ambientais e , educativas;

Apoiar a área de negócios da região, contribuindo para a valorização acrescentada dos produtos e serviços locais.



A integração do Museu do Vinho de Alcobaça numa perspectiva de crescimento económico endógeno, não pode deixar ainda de se estabelecer sob uma perspectiva de “diálogo aberto e sincero” com a sociedade, no respeito entre o que são as legítimas aspirações comunitárias de progresso socioeconómico e o que deve ser o requisito implícito a uma política de protecção e divulgação do património cultural.

**Visita guiada
com prova
de vinhos**

Rua de Leiria, s/nº - Alcobaça
 Coordenadas: Latitude: 39º 32' 53" N ;
 Longitude: 8º 57' 57" W
 Tlf. +351 968 497 832
 Email: museus@cm-alcobaca.pt

HORÁRIO FIXO DE VISITA
 Terça a Domingo às 10h00, 11h00, 12h00,
 14h00, 15h00, 16h00 e 17h00

**VISITAS POR GRUPOS ORGANIZADOS E ESCOLAS
 (MARCAÇÃO PRÉVIA) Todos os dias:**
 10h00 às 12h00 / 14h00 às 17h00

O MAIOR
O MAIS COMPLETO
O NACIONAL

**MUSEU DO VINHO
DE ALCOBAÇA**

Bilhete geral: 3.6€
 Bilhete com desconto:
 2.50€: Grupos organizados com mais de 30 pessoas
 1.80€: Grupos organizados com mais de 100 pessoas
 (mediante marcação prévia)

/MuseudoVinhodeAlcobaca
 www.cm-alcobaca.pt

ALCOBAÇA
Adega de Alcobaça
Coop

OBRIGADO!